

ESPORTE NACIONAL NO CINEMA E NA TV

Roberta Baldo BACELAR

Daniela BARONI

Faculdade Anhanguera de Taubaté

Resumo: O trabalho realiza um estudo comparativo entre a produção do filme “O Corintiano”, produzido por Produções Amácio Mazzaropi (P.A.M. Filmes), e estreado em 23 de janeiro de 1967 e; a telenovela “Amor Eterno Amor”, no ar pela Rede Globo de Televisão, por meio de seu personagem “Ribamar”, vivido pelo ator Nuno Leal Maia. Buscam-se elementos de mediação representativos da cultura do esporte nacional (o futebol) e a religiosidade no contexto / conteúdo das obras em questão. Embora o filme complete 45 anos, muitas das cenas interpretadas podem ser consideradas ainda atuais, como por exemplo, a rivalidade entre os times do Corinthians e Palmeiras, permitindo assim uma interessante comparação entre obras diversas (cinema e televisão), distantes em tempo e próximas em conteúdo. Utilizou-se como marco teórico o conceito de mediação de Jesús Martín-Barbero.

Palavras-chave: cinema; televisão; futebol; cultura nacional.

NATIONAL SPORT IN FILM AND TV

Abstract: The paper performs a comparative study of the production of the movie "The Corinthians", produced by Productions Amácio Mazzaropi (PAM Movies), and premiered in January 23 1967 and, the telenovela "Amor Eterno Amor", was aired on Globo television, through his character "Ribamar," played by actor Nuno Leal Maia. were sought in mediation representative elements of the culture of national sport (football) and religiosity in the context / content of the works in question. Though the film completes 45 years, many of the scenes can be interpreted still considered current, such as the rivalry between the teams of Corinthians and Palmeiras, allowing an interesting comparison between various works (cinema and television), distant in time and close in content. utilized as the theoretical concept of mediation Jesús Martín-Barbero.

Key-words: cinema, television, football, national culture.

DEPORTE NACIONAL EN CINE Y TV

Resumen: En el documento se realiza un estudio comparativo de la producción de la película "El Corinthians", producido por Producciones Amácio Mazzaropi (Películas PAM), y se estrenó el 23 de enero de 1967 y, la telenovela "Amor Eterno Amor", salió al aire el Globo Televisión, a través de su personaje "Ribamar", interpretado por el actor Nuno Leal Maia. fueron buscados en elementos representativos de mediación de la cultura nacional de deporte (fútbol) y la religiosidad en el contexto / contenido de las obras en cuestión. Aunque la película completa 45 años, muchas de las escenas se puede interpretar todavía se considera actual, como la rivalidad entre los equipos de Corinthians y Palmeiras, lo que permite una comparación interesante entre diversas obras (cine y televisión), distante en el tiempo y en estrecha contenido. utilizado como el concepto teórico de la mediación Jesús Martín-Barbero.

Palabras clave: el cine, la televisión, el fútbol, la cultura nacional.

INTRODUÇÃO

Escolhidos como objetos de estudo deste artigo, o cinema e a televisão, focos que apresentam diversas similaridades e inúmeras diversidades, se analisados de maneira contemporânea. Porém, o objetivo deste trabalho é realizar um estudo comparativo entre duas produções de épocas distantes, onde a tecnologia e o processo produtivo de seus conteúdos se diferenciam ainda mais.

A época em que o cinema está inserido é a década de 1960. Amácio Mazzaropi é um empresário da sétima arte, radicado no interior de São Paulo, na cidade de Taubaté, que compra 50% do maquinário leiloado da antiga "Vera Cruz Estúdios" e passa a produzir de maneira profissional filmes de repercussão nacional. Porém, falamos de um momento onde o profissional é polivalente. Mazzaropi era diretor, ator, editor, roteirista, "marqueteiro" e produtor executivo de seus filmes. Era responsável desde o surgimento da ideia, passando pela produção, captação de recursos e, finalmente, pela distribuição dos "rolos de fita", exibidos em salas de cinema de todo o Brasil. É neste contexto que nasce "O Corintiano", filme que será analisado e servirá de referencial para as discussões culturais que norteiam este trabalho.

Já o que encontramos na análise da televisão responsável pela produção de "Amor Eterno Amor" é uma empresa consolidada, com mais de 50 anos de existência, onde cada

profissional exerce uma única função, para a qual é capacitado e busca constante excelência. A estrutura existente na Central Globo de Produções, instalada no Projac, em Jacarepaguá – Rio de Janeiro, foi toda planejada e estruturada para a materialização da obra de ficção em questão. Cidades cenográficas, estúdios de mil metros quadrados, fábrica de cenários, contrarregas para a montagem e desmontagem dos equipamentos, iluminação, fotografia e maquiagem. Tudo a disposição para a equipe envolvida no projeto.

O que coincide são dois personagens, um do cinema e outro da televisão, ambos apaixonados pelo time do Corinthians. Suas tramas giram em torno desta “paixão nacional”, o futebol e respectiva devoção ao santo: São Jorge.

1. FICHA TÉCNICA E SINOPSE DE “O CORINTHIANO”

Estamos analisando uma obra classificada como Comédia de ficção, com classificação livre e duração de 98 minutos. O elenco do filme é composto por: Amácio Mazzaropi; Elizabeth Marinho; Lucia Lambertini; Nicolau Guzzardi (Totó); Carlos Garcia; Roberto Pirillo; Leonor Pacheco; Roberto Orosco; Augusto Machado de Campos; Xandó Batista; Francisco Gomes; Olten Ayres de Abreu; Gláucia Maria; Herta Hille; Ziara Freire; João Batista de Souza; Humberto Militello; Rogério Camara; Augusto César Ribeiro; Kapé; Claudio Maria e Eliza.

Ao final do processo de produção e edição, o filme – produzido em preto e branco, 35 mm e em 24 quadros por segundo – ficou com 2.727,2 m, distribuídos em 10 rolos de fita.

Segundo a Cinemateca Nacional, no primeiro rolo: "Seu" Manuel, barbeiro de profissão e fanático torcedor do time de futebol do Corinthians Paulista, ganha um burro preto-e-branco de uma rifa. Os vizinhos "italianados" se divertem com a situação, principalmente um deles, fanático torcedor do rival Palmeiras. Eulália, esposa do ganhador, e seus filhos divergem quanto à predileção do pai que ora traz os amigos para comemorar o prêmio e conversar sobre o time do coração. Marisa, sua filha, aprende balé. Este rolo foi finalizado com 274,6 metros.

No segundo rolo, finalizado com 268,9 metros, Dona Mila, professora de Marisa, força-a a pensar na carreira, mas ela sabe que o pai ofereceria sérios obstáculos. O humor de Manuel, afinal, distingue apenas corintianos de palmeirenses. A briga é inevitável, mormente os apelos de Eulália. Bem como a continuação da rivalidade entre Manuel e o vizinho palmeirense. Para Marisa, esta balbúrdia contínua é "o fim do mundo".

No terceiro rolo, com 282,8 metros, a vida de Manuel oscila entre rezas a favor do time e carinho pelo burro às brigas e confusões com o vizinho. Seus desafetos: o filho Jair que "desperdiça" seu tempo com estudos de medicina; Eulália que cobra pelos anos de casamento o magro dinheiro para o orçamento mensal; Marisa que só sonha com o balé.

O quarto rolo, de 277,6 metros, começa com o burro, alçado à condição de maior amigo de Manuel, provoca a insatisfação da família e dos vizinhos. Os credores começam a bater em sua porta. Os filhos começam a pensar em sair de casa. Eulália chora. Luigino, filho do vizinho palmeirense, ganha fama de jogador e causa inveja a Manuel: nova briga. Outra provocação: pessoal da vizinhança decide envenenar o burro causador de transtornos. Os filhos não apoiam a indignação do pai.

No quinto rolo, de 277,2 metros, Luigino, por sua vez, entra em atrito com o pai por conta de um hipotético contrato com time de futebol. Para seu pai, só serve o Palmeiras. O burro fica instalado no interior da casa de Manuel. Jair começa a procurar uma "república" para estudantes. Marisa, no balé, chama a atenção de um especialista. Manuel insiste numa invenção maluca da qual guarda segredos. Luigino abandona a casa dos pais para desenvolver sua carreira de futebolista. Aproxima-se a final de campeonato entre Palmeiras e Corinthians. Um pouco de reza entra em ação para ajudar o "timão".

Com 255,2 metros, no sexto rolo, Marisa namora Ricardo, filho de Dona Mila. No domingo, a família inteira de Manuel acompanha o pai até a partida decisiva do futebol. Suspense, alívio, comemorações, xingamentos, pequenas intrigas, desespero: sentimentos que acompanham os lances que culminam com a vitória do Palmeiras.

O sétimo rolo, que tem 277,8m, começa no transtorno que a derrota corintiana causa, Jair decide abandonar a casa dos pais. Manuel reza para São Jorge: Eulália chora. Ricardo visita Manuel e pede a mão de Marisa em casamento. Manuel o expulsa de casa ao sabê-lo são-paulino. Marisa arruma sua mala e deixa o bairro às escondidas. O vizinho palmeirense goza a derrota corintiana de Manuel.

Com 266,5 metros, o oitavo rolo conta como Marisa ganha um contrato decisivo para sua carreira. O vizinho palmeirense e sua esposa consolam Manuel e Eulália. Luigino assina contrato com o Palmeiras e sua estréia se dá em jogo contra Corinthians.

O penúltimo e nono rolo, que tem 272,4 metros mostra uma briga entre torcedores "acerta" Manuel que é atendido por Jair, médico do estádio. Manuel pede desculpas ao filho por suas intransigências mas não perde a comemoração de vitória corintiana. Luigino visita os pais. Jair procura a namorada e pede para ele entregar aos pais e vizinhos, convites para uma "festa surpresa" à qual Manuel decide participar mesmo a contragosto.

O décimo rolo finaliza a produção, com 274,2 metros e acontece no teatro, onde Jair reencontra os pais e Manuel reconhece Marisa como solista de uma coreografia. Fica indignado, mas convencido por Ricardo, por Dona Mila e por um militar da decência da profissão de bailarina, entenece-se com o sucesso da filha e a procura no camarim pedindo perdão. Os filhos retornam ao lar para a felicidade completa do corintiano.

2. FICHA TÉCNICA E SINOPSE DA TELENOVELA “AMOR ETERNO AMOR”

Veiculada no horário das 18 horas, é classificada como uma obra de ficção coletiva. Sua principal autora é Elizabeth Jinh, uma escritora da nova safra de contratados da emissora. O tema central da narrativa é a vida de um rapaz, Rodrigo / Carlos, sequestrado na infância e que cresceu longe dos pais (que moravam no Rio de Janeiro), no interior de Minas Gerais. Adulto, mudou-se para Marajó – no Pará – onde aprendeu a domar búfalos. Através de um programa de televisão, onde sua mãe foi pedir ajuda para localizá-los Carlos é identificado por um jornalista paraense e trazido ao Rio de Janeiro para conhecer a mãe a beira da morte. Após a

morte da mãe, ele permanece na cidade, administrando os bens da família. No momento da realização desta análise, a trama está em seu centésimo capítulo, portanto ainda uma obra aberta.

Com 60 personagens, a novela se desenrola em diversos núcleos, entre eles o do edifício São Jorge, onde vive Ribamar, síndico e morador do São Jorge, dono da pequena padaria que fica próxima ao edifício. Corintiano fanático, ele vive às turras com a vizinha Olga, que não aceita a estátua do santo que ele colocou no pátio do edifício. (site da TV Globo)

3. QUESTÕES METODOLÓGICAS DA ANÁLISE

A realização deste estudo foi baseada na teorização de Jesus Martín-Barbero, teórico da Escola Latino-Americana, responsável pela visão da comunicação, através do modelo de estudos das mediações.

Através da esquematização, conforme o diagrama abaixo, realiza-se um levantamento dos aspectos mais relevantes na construção do imaginário das duas obras estudadas.



Quadro 1: Processo de mediação de Jesús Martín-Barbero.

Jesús Martin-Barbero explica que embora o esquema esteja interligado, move-se em dois sentidos principais: o diacrônico, que liga Matrizes Culturais com Formatos Industriais; e entre Lógica de Produção e Competência de Recepção ou Consumo. Por sua vez, a relação entre Matrizes Culturais e Lógica de Produção são mediadas pela Institucionalidade; enquanto Matrizes Culturais e Competência de Recepção ou Consumo estão mediadas por diversas formas de Sociabilidade. Entre a Lógica de Produção e os Formatos Industriais são mediados pela Tecnicidade, os Formatos Industriais e as Competências de Recepção ou Consumo são mediados pela Ritualidade.

4. A LÓGICA DE PRODUÇÃO

Parte-se do princípio de que as duas mídias analisadas possuem formatos diferentes; a televisão e o cinema. Quando falamos em TV aberta, podemos defini-la como: “o sinal transmitido pelas emissoras e que pode ser captado por qualquer aparelho televisor sem que haja necessidade de pagamento por qualquer serviço.” (NAKAMURA, 2009, p. 88).

Já o cinema, tem como ponto positivo o fato de possuir um “público cativo, a maioria tem hábito de ir ao cinema, muitas vezes, na mesma região” (NAKAMURA, 2009, p. 96).

Em outras palavras, a televisão permite uma audiência muito mais passiva, onde o telespectador assiste o que chega à sua casa, sem que haja necessidade de investimento financeiro imediato para que possa usufruir da transmissão. Entretanto, a gama de escolhas fica restrita ao que está sendo oferecido pelas emissoras, no horário em que está sendo transmitido. Já para o cinema, é necessário um deslocamento da audiência, uma vez que ele deve ir até a sala de exibição, e um investimento imediato, com a compra do ingresso. Porém, o horário das exibições é mais flexível, uma vez que as sessões ocorrem em vários momentos do dia, e a escolha pela obra mais direcionada, já que há uma gama de opções em cada sala de cinema.

Entretanto, ambas possuem características similares: “Assim como a TV, o cinema permite a visualização com grande a grande vantagem da linguagem audiovisual.” (NAKAMURA, 2009, p. 96).

Além disso, estamos falando de empresas com grande diferença em suas capacidades de investimento, em épocas distintas, e em perfis de produção diferenciados. Atualmente, a Rede Globo é reconhecida como uma “fábrica de sonhos”, já que praticamente produz qualquer tipo de produto e em larga escala. Já a PAM filmes era uma empresa com limitações técnicas e financeiras. Porém a presença e a perspicácia de Mazaropi fazia com que as coisas acontecessem de forma quase perfeita. São 45 anos de diferença entre as duas produções.

5. TECNICIDADE E FORMATOS INDUSTRIAIS

A Tecnicidade é responsável por mediar a Lógica de Produção e os Formatos Industriais. Quando analisamos questões de tecnicidade no que se refere ao cinema e à televisão, temos, basicamente, um ponto de partida. Filmes são rodados em película, telenovelas em fita (ou atualmente, sinal digital). Isto significa que o cinema tem um custo infinitamente superior do que a televisão, já que filmes precisam ser revelados e quando há erro (seja na parte técnica ou na interpretação) é necessário produzir um novo material do zero, em outra película. A televisão permite que se grave “por cima” da fita errada.

Quanto ao formato, o cinema possui 24 fotogramas em cada segundo de imagem em movimento. A televisão trabalha com 30 quadros por segundo, o que gera uma diferença bastante significativa no resultado final da produção.

Além disso, estamos falando em mais de quatro décadas entre uma produção e outra. Somente isso já faz com que haja muita diferença na qualidade técnica das produções. Em 1961, “com a ajuda de Agostinho Martins Pereira, Mazaropi importa equipamentos de som direto” (SOUSA, 2000). O ator e produtor não gostava de dublagens e por este motivo investia constantemente em equipamentos importados, principalmente de áudio, que por muitas

vezes ficam meses retidos na alfândega brasileira, uma vez que o país era fechado para as importações.

Quanto aos cenários, também temos uma diferença técnica enorme entre a produção do “O Corintiano” e de “Amor eterno Amor”.

Amácio Mazzaropi realizava suas produções em Taubaté, interior de São Paulo, onde possuía uma fazenda, conhecida como Fazenda da Santa. Além disso, realizou captações de imagem em lugares públicos, como ruas e praças da Vila Maria Zélia em São Paulo e no próprio Estádio do Pacaembú, durante jogos reais do time do Corinthians.

A Rede Globo possui estúdios construídos especialmente para suas produções em Jacarepaguá no Rio de Janeiro.

Outro aspecto importante do ponto de vista técnico a ser levado em consideração, é que estamos comparando uma produção em Preto e Branco, de Mazzaropi, e uma produção em cores, formato HD, da Rede Globo. Detalhes como o burro malhado que o personagem de Mazzaropi possui é diretamente comprometido pela ausência da cor.

Questões legais também devem ser analisadas. Por exemplo, o imposto pago para os curta metragens da época da década de 1960, era maior do que o imposto dos longas. Por isso, Mazzaropi sempre produzia filmes com mais de 70 minutos. Já para a televisão, a submissão ao formato da grade de programação também é fator determinante no tamanho das produções.

6. RITUALIDADE: MEDIAÇÃO ENTRE FORMATOS INDUSTRIAIS E COMPETÊNCIAS DE RECEPÇÃO OU CONSUMO

Os Formatos Industriais e as Competências de Recepção ou Consumo são mediados pela Ritualidade. Segundo definição de Martín-Barbero: “a mediação das Ritualidades nos remete ao nexo simbólico que sustenta toda a comunicação: os seus ganchos na memória, seus ritmos e formas, seus cenários de interação e repetição.” (2003, p. XX)

No que se refere à Competência de Recepção ou Consumo, Ciro Marcondes Filho (2012, p. 3) opina que:

(...) Há um consumo comum, há um gosto "de massa", há a participação comum das pessoas num jogo de futebol, numa oferta de um supermercado, na expectativa de um final de telenovela. Mas, em todos esses casos, são comuns mensuráveis, estatísticos, mercadológicos. O "comum" é uma medida de mercado. Exatamente porque nada é comum, não há homogeneização dos sentidos e das recepções. São fenômenos subjetivos que se materializam em ações similares. Como eu vejo, sinto, leio são processos individuais impenetráveis, insondáveis. Se reduzirmos o sentido comum a esse "espaço de produção de conhecimento e produção e troca de sensibilidades" estaremos limitando-o a algo físico ou a um ambiente. Não estaremos dizendo nada do sentido para cada um.

Observa-se que, entre os casos analisados, a audiência, ou seja, os receptores ou consumidores comportam-se também de forma distinta. No cinema; existe um deslocamento e compra de bilhete ou hoje, o aluguel ou download do filme (com custo), portanto, deve existir sim certa pró-atividade para a recepção. No cinema, momento para o consumo é mais livre, o espectador resolve o horário mais apropriado para o consumo. Já na TV aberta o custo para a recepção é praticamente zero, mas com grade fixa, entende-se então que audiência caracteriza-se como passiva.

Quanto à argumentação dos filmes de Mazaropi, em 1965, ele concedeu a seguinte entrevista:

(...) A crítica, via de regra nunca me é favorável. Rara e esporadicamente você encontrará alguém elogiando aquilo que venho realizando. Acontece que o meu objetivo é fazer cinema para o povo. Ir ao seu encontro apresentando cenas humanas e aparecendo o meu humorismo, quando julgo oportuno. Meu roteiro é buscar agradar a massa enorme que acode aos meus espetáculos. Tenho conseguido isso. Acontece, porém, que cada crítico se imagina capaz de produzir, de fazer cinema diferente. Tenho recebido tantas e tantas propostas que nem é interessante enumerá-las. Mas meu desejo é agradar e só posso fazê-lo apresentando a minha arte e sendo tão humano como o são milhares e milhares de meus fãs (SATURNINO, 1965, p. 12).

Assim como o Mazzaropi assumiu publicamente, a TV também acaba fazendo um conteúdo que não requer muita profundidade cultural ou intelectual para a recepção. Por este motivo, os críticos de Mazzaropi nunca aceitaram suas obras, mas aceitavam seu sucesso perante o público.

7. MATRIZES CULTURAIS: SOCIABILIDADE E INSTITUCIONALIDADE

Para Martín-Barbero (2003, p. XI), “a dupla relação das Matrizes Culturais com as Competência de Recepção e as Lógicas de Produção é mediada pelos movimentos da Sociedade, ou sociabilidade, e os campos da Institucionalidade” O autor define que “a relação entre Matrizes Culturais e Formatos Industriais remete a história das trocas na articulação dos movimentos sociais e os discursos públicos, e destes com as modalidades de produção do público que agenciam as formas de hegemônicas de comunicação coletiva.” E que:

(...) A institucionalidade é desde sempre uma mediação espessa de interesses e poderes contraditórios, que tem afetado, e segue afetando, especialmente a regulação dos discursos que, da parte do Estado, buscam dar estabilidade à ordem constituída e da parte dos cidadãos - maiorias ou minorias - buscam defender seus direitos, e fazer reconhecer, isto é reconstruir permanentemente o social. (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. XVII e XVIII)

Neste sentido, apontam-se dois aspectos: o primeiro; em relação ao Tempo/Período da produção do filme. Mazzaropi produz seu filme durante ditadura militar, em um período de censura. Na TV, a telenovela ocorre em momento de abertura política, sem censura, cuja maior preocupação é com a audiência/consumo da telenovela.

O segundo aspecto é o Psicológico, social e político do filme; Mazzaropi em sua personagem, “Seu” Manuel, é de um barbeiro de vida simples, rural, e apaixonado pelo futebol, especificamente o Corinthians. Ele condena as escolhas dos filhos (o menino que deseja ser médico e a menina que deseja ser bailarina). Ele tem problemas com seus vizinhos que são torcedores do Palmeiras.

Em comparação ao conteúdo da TV Globo, a personagem é um português com muito sotaque, dono de padaria, também apaixonado pelo Corinthians e devoto de São Jorge, e sua religiosidade dá margem a conflitos nas cenas de convivência social com seus vizinhos; ele é o síndico do prédio e, portanto consegue exercer influência sobre a comunidade.

Como massificação comportamental, Mazzaropi buscou tratar em seu roteiro de um filme considerado “de massa” (o futebol), com um time de futebol também da massa. O mesmo é visto com na personagem Ribamar e sua defesa de seu time preferido. No que diz respeito à Sociabilidade, ambos objetos de estudo apresentam temas e argumentos que estão no dia a dia, fazem parte da vida social, principalmente para o brasileiro, citam-se como exemplos a religião (católica) e a devoção por São Jorge e o futebol.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A teoria das mediações, de Jesús Martín-Barbero, embasou a análise sistemática e comparativa de duas obras de ficção, uma de humor para o cinema nacional, de 1965, e outra coletiva para a televisão, do período atual. Os objetos de análise diferenciam-se no que se refere a Lógica de Produção porque a produção de cinema e de televisão diferem-se e exigem conhecimentos e habilidades distintas. Os investimentos financeiros para a produção também são diferentes.

A Tecnicidade e os Formatos Industriais apontam que filmes são rodados em película e telenovelas em fita (ou sinal digital). Isto significa que o cinema tem um custo infinitamente superior do que a televisão, já que filmes precisam ser revelados e, quando há erro (seja na parte técnica ou na interpretação), é necessário produzir um novo material do zero, em outra película. A televisão permite que se grave “por cima” da fita errada. Quanto ao formato, o cinema possui 24 fotogramas em cada segundo de imagem em movimento. A televisão trabalha com 30 quadros por segundo, o que gera uma diferença bastante significativa no resultado final da produção.

A audiência apresenta comportamento diverso: o cinema exige uma ação pró-ativa, sendo mais livre o horário para as exibições ou para o desfrute da recepção, já na televisão, a grade é fixa e, portanto, o comportamento caracteriza-se como passivo. Estas são as considerações da Competência da Recepção ou Consumo.

A análise das Matrizes Culturais, mediada pela Institucionalidade e Sociabilidade, apontaram-se dois aspectos. O primeiro; em relação ao Tempo/Período da produção do filme (época de ditadura militar) e da telenovela (atualmente sem censura). E, o segundo; em relação ao psicológico, social e político: no filme; Mazzaropi em sua personagem, “Seu” Manuel é um barbeiro de vida simples, rural, e apaixonado pelo futebol, especificamente o Corinthians. E Sr. Ribamar um homem urbano, ativo por ser o síndico de seu prédio, mas que coincide com “Seu” Manuel no argumento de que ambos são apaixonados pelo mesmo time de futebol.

REFERÊNCIAS

CANCLINI, Nestor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.

MARCONDES FILHO, Ciro. Martin-Barbero, Canclini, Orozco. *Os impasses de uma teoria da comunicação latino-americana*. Disponível em: <<http://www.thefreelibrary.com/Martin-Barbero,+Canclini,+Orozco.+Os+impasses+de+uma+teoria+da...-a0197106141>> Acesso em: 25/06/2012.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gilli, 2003.

MUSEU MAZZAROPI. Disponível em:

<<http://www.museumazzaropi.com.br/filmes/19corin2.htm>>. Acesso em: 25 de junho de 2012.

NAKAMURA, Rodolfo. **Mídia: como fazer um planejamento de mídia na prática**. São Paulo: Farol do Forte, 2009.

SANTAELLA, Lúcia. “Cultura Midiática”, IN: ADAMI, Antonio e BALOGH, Ana Maria (orgs.). *Mídia, cultura e comunicação*. São Paulo: Arte e Ciência, 2001.

_____. *Cultura das mídias*. 3ª ed. São Paulo: Ed. Experimento, 2002.

SATURNINO, José Pedro. Murmúrios e Comentários. *Jornal A Voz do Vale do Paraíba*, 12-fev-1965. Taubaté, arquivo da Hemeroteca do Centro de Documentação e Pesquisa Histórica - CDPH.

SOUSA, Olga Rodrigues. *Mazzaropi quadro a quadro*, 2000. Disponível em: <<http://www.museumazzaropi.com.br/crono.htm>> Acesso em: 24 de junho de 2012.

TV GLOBO. Disponível em: <<http://tv.globo.com/novelas/amor-eterno-amor/personagens/>>. Acesso em: 25 de junho de 2012.

Roberta Baldo BACELAR

Possui graduação em Comunicação Social - Jornalismo - pela Universidade do Vale do Paraíba (2000), mestrado (2003) e doutorado (2007) em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Atualmente é proprietária da BG Comunicação, empresa que trabalha baseada no conceito de Comunicação Total, docente e coordenadora de curso na Faculdade Anhanguera de Taubaté, nos cursos de Graduação em Comunicação Social e diversos MBAs. Tem experiência como professora e coordenadora no Centro Universitário Módulo e na Universidade do Vale do Paraíba. Sua atuação principal é na área de Comunicação, com ênfase em Publicidade em Rádio, principalmente nos seguintes temas: rádio, propaganda, história e projeto pedagógico.

Daniela BARONI

Possui graduação em Comunicação Social pela Universidade de Taubaté (1998) e mestrado em Comunicação pela Universidade Paulista (2005). Atualmente é coordenadora do curso de Comunicação Social, ênfase em Publicidade e Propaganda, da Faculdade Anhanguera de Taubaté. Tem experiência na área de Metodologia de Pesquisa, Ciência da Informação, principalmente nos seguintes temas: publicidade e propaganda, rádio, televisão, cinema, mídia e cultura regional, jornal na escola e teoria da informação.